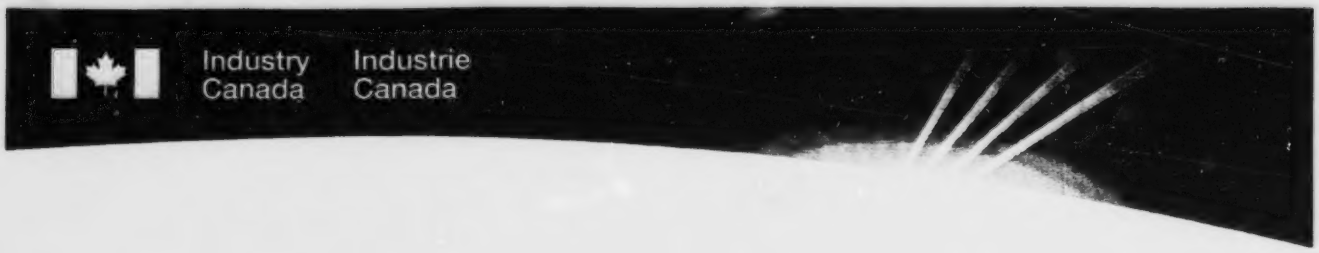

Industry Canada Action Plan 2000–2003

For Implementing Section 41 of the *Official Languages Act*

Canada

Industry Canada Action Plan 2000–2003

For Implementing Section 41 of the *Official Languages Act*

John Manley
Minister of Industry

JUIN JUN 3 0 2000

Date

This publication is also available electronically on the World Wide Web at the following address:
http://www.ic.gc.ca/epublications

This publication can be made available in alternative formats upon request. Contact the Information Distribution Centre at the numbers listed below.

For additional copies of this publication, please contact:

Information Distribution Centre
Communications Branch
Industry Canada
Room 205D, West Tower
235 Queen Street
Ottawa ON K1A 0H5

Tel.: (613) 947-7466
Fax: (613) 954-6436
E-mail: **publications@ic.gc.ca**

Permission to Reproduce. Except as otherwise specifically noted, the information in this publication may be reproduced, in part or in whole and by any means, without charge or further permission from Industry Canada, provided that due diligence is exercised in ensuring the accuracy of the information reproduced; that Industry Canada is identified as the source institution; and that the reproduction is not represented as an official version of the information reproduced, nor as having been made in affiliation with, or with the endorsement of, Industry Canada.

For permission to reproduce the information in this publication for commercial redistribution, please e-mail:
copyright.droitdauteur@pwgsc.gc.ca

Cat. No. C2-502/2000
ISBN 0-662-65056-5
53142 B

20% recycled material

Contents

Preamble 1

Summary of Action Plan 2000–2003 2

Section I: General Information 3

Section II: Identification of Community Needs 5

Section III: Action Plan Contents and Timetable 9

Part I: National Action Plan 12

Part II: Regional Action Plans 26

Distribution Plan 39

Signature 39

Feedback: What do you think of the Action Plan? 40

Annex: List of Programs, Contacts and Web Site Addresses 41

100-06837/

Preamble

Industry Canada's vision for implementing section 41 of the *Official Languages Act* is as follows:

Industry Canada is committed to enhancing the vitality of the English and French linguistic minority communities in Canada, to supporting and assisting their development, and to fostering, through its programs and services, the full recognition and use of both English and French in Canadian society.

Summary of Action Plan 2000–2003

The following action plan is presented in a format that has been developed and agreed upon by all federal departments and agencies required to create action plans for section 41 of the *Official Languages Act* and report on those plans.

Part I describes Industry Canada's national programs, services and activities in support of official language minority communities. Part II presents the efforts of the Department's regional offices.

In Part I and Part II, Industry Canada's programs, services and activities are organized in a matrix, corresponding with the six Industry Canada objectives, and six identified needs and priorities of official language minority communities.

The Department's five strategic objectives focus on **innovation**, **connectedness**, **marketplace**, **investment** and **trade**. A further corporate objective is to increase Industry Canada's understanding of the needs and priorities of official language minority communities, and to increase the communities' understanding of Industry Canada.

The six official language minority community needs and priorities used in the matrices are the following:

a) Increase Industry Canada's awareness of, and sensitivity to, the needs of official language minority communities, and increase the Department's understanding of its obligations under section 41 of the *Official Languages Act;*
b) Increase the awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increase the use of departmental programs and services, by official language minority communities;
c) Support and increase participation in the knowledge-based economy by official language minority communities;
d) Support and increase development in rural official language minority communities;
e) Develop tourism in official language minority communities; and
f) Integrate youth into the economic development of official language minority communities.

Industry Canada has developed its first evaluation framework to measure the implementation of this action plan. An evaluation will be undertaken during 2000–2001 and will assist Industry Canada in clarifying community needs, and delivering programs and services to those communities.

Section I: General Information

1. Identification of institution

Industry Canada
235 Queen Street
Ottawa ON K1A 0H5

Web site: **http://info.ic.gc.ca**
E-mail: **hotline.service@ic.gc.ca**
Telephone: 1-800-328-6189

2. Brief description of institution's mandate

Departmental Mandate

Industry Canada's mandate is to help make Canadians more productive and competitive in the knowledge-based economy and thus improve the quality of life in Canada. The Department's policies, programs and services help grow a dynamic economy that:

- provides more and better-paying jobs for Canadians;
- supports stronger business growth through sustained improvements in productivity; and
- gives consumers, businesses and investors confidence that the marketplace is fair, efficient and competitive.

Priorities

Industry Canada has identified five strategic objectives to assist in achieving its mandate:

- improving Canada's innovation performance;
- making Canada the most connected country in the world;
- building a fair, efficient and competitive marketplace;
- improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment; and
- working with Canadians to increase Canada's share of global trade.

Within the context of Industry Canada's mandate and its five strategic objectives, the Department delivers national programs and services to a general client population that includes businesses, associations and consumers. The official language minority communities are included in Industry Canada's target client population for most programs and services.

The Speech from the Throne on October 13, 1999, enunciated several of the government's national priorities. Among them, the commitments to "develop our children and youth" and to "build a dynamic economy" are important to Industry Canada, as they are geared to connecting more communities and youth to the Information Highway, increasing trade and investment, supporting innovation, and improving Canada's information infrastructure. This last measure includes giving all Canadians the ability "to access all government information and services on-line at the time and place of their choosing" by 2004.

Info-fairs are delivered by the regional economic development agencies, Western Economic Diversification Canada, Canada Economic Development for Quebec Regions and the Atlantic Canada Opportunities Agency, in their respective regions; by Industry Canada in southern Ontario and the North; and by FedNor in northern Ontario. Guidelines have been developed to ensure that advertising, promotional materials and communications products at these events adhere to the requirements of the *Official Languages Act*. These guidelines reflect the Government of Canada's commitment to disseminating information to Canadians in the language of their choice.

3. Responsible officers

Jean-Claude Bouchard	Assistant Deputy Minister, Operations Sector	Tel.: (613) 954-3405
Dominique Veilleux	Manager, National Co-ordination	Tel.: (613) 954-4083
Louise Fournier	Project Officer, National Co-ordination	Tel.: (613) 957-8509
Frances McRae	Atlantic	Tel.: (506) 851-6087
Patricia Babineau	Atlantic	Tel.: (506) 851-6519
Mary Bourdon	Quebec	Tel.: (514) 283-3099
Simone Pertuiset	Ontario	Tel.: (416) 952-1603
Linda Ménard	FedNor	Tel.: (705) 671-0720
Bernard Pilon	Prairie and Northern Region	Tel.: (780) 495-4418
Aurora Opazo Saez	Pacific	Tel.: (604) 666-1404

4. Period covered by the Action Plan

2000–2003

Section II: Identification of Community Needs

5. Means used to identify needs of official language minority communities at national and regional levels

a) Formal meetings organized by Canadian Heritage

The series of formal meetings between community groups/associations and federal departments, organized by Canadian Heritage since 1995, has been the principal means of identifying community requirements. These consultations have established a process of dialogue in which communities have made their needs known and Industry Canada has highlighted its priorities, programs and services.

b) Contacts with community leaders

Industry Canada continues to benefit from the suggestions of many community leaders from official language minority communities. The personal relationships that have developed have allowed for deeper mutual insights into community needs and Industry Canada's abilities and constraints.

c) La Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA)

The FCFA, an umbrella organization representing Francophone communities outside of Quebec, analysed one of the first series of action plans. Its analysis and specific suggestions were provided to the Standing Joint Committee of the Senate and the House of Commons on Official Languages. FCFA representatives have also made a presentation to Industry Canada's Management Board and met often with senior officials. These meetings gave FCFA representatives the opportunity to explain their concerns and priorities.

d) The Report of the Commissioner of Official Languages

The *Annual Report of the Commissioner of Official Languages* and its special studies, such as *The Government of Canada and French on the Internet,* provided Industry Canada with further clarification of issues, and more suggestions for the delivery of programs and services to official language minority communities.

e) National Committee for Canadian Francophonie Human Resources Development

Industry Canada is a member of this committee and collaborates with federal institutions and community leaders in developing human resource strategies for Francophones outside of Quebec, in support of the economic development of their communities. A joint strategic action plan was developed with clear priorities.

This committee assembled four sectoral tables in the areas of the knowledge-based economy, rural development, tourism and the integration of youth into economic development. Each table is composed equally of government and community representatives and offers the opportunity to further articulate and promote the needs of Francophone minority communities.

Human Resources Development Canada arranges for the members of the National Committee to meet with community representatives from all regions of Canada. Industry Canada also participates in these meetings.

f) The Interdepartmental Partnership with the Official-Language Communities (IPOLC)

This new Canadian Heritage initiative is intended to strengthen interdepartmental activities and to favour the development of official language communities. Industry Canada will work with Canadian Heritage and other federal organizations to support official language minority communities and to help create new partnerships. For example, Industry Canada and Canada Economic Development for Quebec Regions will cooperate to ensure that the economic development of Anglophone communities in Quebec is given serious consideration under this new program.

g) Reports

A number of reports (for example, by Fontaine, Savoie and Simard) have made recommendations on how to better serve official language minority communities.

h) Interdepartmental meetings

Interdepartmental meetings have allowed Industry Canada to work with other federal institutions to respond to the needs of official language minority communities, to develop specific projects, and to share information, lessons learned and best practices.

6. Principal needs identified at national and regional levels

Under the Action Plan 1997–2000, Industry Canada consulted with official language minority communities and federal institutions and identified six community needs or priorities that Industry Canada could respond to under its mandate. Within the Plan, Industry Canada focussed on ensuring that the communities:

- obtain information on Industry Canada's programs and services;
- participate fully in Industry Canada's programs and services;
- use the Information Highway;
- strengthen economic development;
- develop entrepreneurship, particularly youth entrepreneurship; and
- develop tourism.

While these priorities remain, they have been further clarified and focussed for the Action Plan 2000–2003, through community consultations and discussions within Industry Canada. They have been divided into two categories:

- Priorities related to an increased understanding a) by Industry Canada of the needs of official language minority communities; and b) by official language minority communities of the role that Industry Canada might play in meeting those needs.
- Priorities or needs articulated by official language minority communities that relate directly to fostering their development and enhancing their vitality: c) participating in the knowledge-based economy; d) developing rural communities; e) developing tourism; and f) integrating youth into economic development.

For the purposes of using this Action Plan to implement section 41, the six needs and priorities are presented as the following objectives:

a) **Increase Industry Canada's awareness of, and sensitivity to, the needs of official language minority communities, and increase the Department's understanding of its obligations under section 41 of the *Official Languages Act*.**

The experience of the first series of action plans indicates that there is an ongoing requirement to a) raise the profile of official language minority communities within Industry Canada and of their needs; b) promote the Memoranda of Understanding established with representatives of Francophone minority organizations; and c) consider official language minority communities as a target audience in the design and implementation of the Department's programs and services.

b) **Increase the awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increase the use of departmental programs and services, by official language minority communities.**

Official language minority communities continue to require information on Industry Canada's programs and services. The Department must ensure that all its programs and services are readily available and accessible to official language minority communities. The diversity and geographic dispersion of these communities, as well as their needs, require that special efforts be made to disperse this knowledge and ensure easy access.

c) **Support and increase participation in the knowledge-based economy by official language minority communities.**

Official language minority communities have an opportunity to participate in the knowledge-based economy from their communities. Industry Canada can help to ensure access and support participation, particularly through its Connectedness agenda.

d) **Support and increase development in rural official language minority communities.**

Many official language minority communities are in rural and sometimes remote areas, far from the economic opportunities associated with urbanization. In creating programs and services that support the economic development of rural communities, Industry Canada must take into account the special requirements of official language minority communities in rural settings.

e) **Develop tourism in official language minority communities.**

Official language minority communities favour tourism as a means to economic development. Official language minority communities can also use tourism to promote their cultural wealth and increase their national profile as dynamic communities.

f) **Integrate youth into the economic development of official language minority communities**.

Official language minority communities believe that cultural survival means the inclusion of youth in the economies of their communities through increased entry-level employment and entrepreneurial opportunities.

Section III: Action Plan Contents and Timetable

7. a) Measures (national and regional) proposed by the institution to respond to community needs

b) Timetable for each measure

c) Proposed means by which the institution will inform the official language minority communities of its programs and services

Part I describes Industry Canada's programs and services, which are appropriate to the stated needs and priorities of official language minority communities. The delivery, in response to these needs and priorities, is organized according to Industry Canada's five strategic objectives: **innovation, connectedness, marketplace, investment**, and **trade**. Also included is the **corporate issues** objective in pursuit of increased mutual understanding between Industry Canada and official language minority communities.

In Part II regional plans are outlined following the same format used in Part I.

The tables are organized according to six identified needs and priorities, and the appropriate strategic or corporate objective. Specific programs, services and activities that are relevant to a section 41 need or priority are also described. Performance measurement indicators have not been included here, as they are already described in the evaluation framework created for each particular program, service and activity. No time is provided for ongoing activities.

Industry Canada has developed its first evaluation framework for section 41, which will link the programs, services and activities cited in this plan and allow Industry Canada to measure its implementation of section 41.

Specific information about each program, service and activity is listed in the Annex. Should no name be listed, please consult the Web site or the officer responsible at your particular regional office.

Note that not all needs and priorities identified by official language minority communities have been reflected in the five departmental strategic objectives and the corporate objective. In some cases, these needs and priorities apply to a particular Industry Canada strategic objective. In other cases, Industry Canada, through its corporate issues objective for section 41, is working to increase awareness of Industry Canada programs and official language minority communities' needs.

Further, a number of Industry Canada activities that have a positive impact on official language minority communities are not specifically covered in this document. For example, many of the Department's consultations for policy and legislative development work, advocacy work, and specific industrial development activities, are not included, although every effort is being made to ensure that clients from official language minority communities are involved.

8. Measures proposed to evaluate the success of expected results

a) Performance review

Industry Canada will conduct an evaluation to measure the implementation of this Action Plan during 2000–2001. It will help Industry Canada to clarify community needs and to deliver programs and services to those communities.

b) Monitoring Committee

Industry Canada has established a committee to monitor the implementation of the Action Plan. This committee, headed by the Assistant Deputy Minister, Operations, will meet once a year to monitor the Action Plan and determine the extent to which Industry Canada has met its section 41 commitments.

c) Audit

The Audit and Evaluation Branch will conduct systematic reviews of the commitments made in the Action Plan in conjunction with the functional audits of regional offices.

d) Evaluation

Several program managers have included the impact of their programs on official language minority communities in their evaluation frameworks. Industry Canada will continue to request that managers include this evaluation, where applicable.

e) Client satisfaction

Industry Canada will consult with official language minority communities and departmental program managers to determine the progress of, and the degree of satisfaction with, the Action Plan. Service standards will be established in the coming year in consultation with clients, to determine how well the Department is doing.

f) Integration of Part VII into the business plans

Industry Canada will incorporate Part VII of the *Official Language Act* into its departmental Business Plan and Accountability Framework. The Department will ask regions and sectors to do the same.

g) Annual Achievement Report

Industry Canada will produce an annual achievement report, and forward it to Canadian Heritage for tabling in the House of Commons. This report will describe the activities carried out, the nature of Industry Canada's interactions with minority language communities, and the results obtained.

9. Financial and other resources dedicated to completion of the Action Plan

This Action Plan assumes that the resources required to implement the programs, services and activities detailed in Part I and Part II will come from existing budgets.

Part I: National Action Plan

Strategic Objective 1: Innovation
Improving Canada's innovation performance

Key Results of Strategic Objective 1

- Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors
- Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities
- Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	• No activities, programs or services under the Innovation Strategic Objective have been specifically developed for official language minority communities, although these communities may participate in any Industry Canada programs, such as Technology Partnerships Canada or the Canadian Patent Database on *Strategis* (based on TechSource). Official language minority communities may also wish to access national programs that have been specifically developed for needs similar to theirs, such as rural development, tourism and the integration of youth into economic development.
2. Rural development and support	**Community Futures Development Corporations (CFDCs):** • CFDCs assist rural and small-town Canadians to develop and diversify local economies and to support new or existing local businesses with financing, business counselling and other services. CFDCs are governed by community-based boards and managed by the regional economic development agencies, except for those located in Ontario that are managed by FedNor.

Strategic Objective 2: Connectedness

Making Canada the most connected country in the world

Key Results of Strategic Objective 2

- Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible
- A world-leading environment for electronic commerce
- Canadian digital content and applications on-line maximized
- Key federal government information and services available to Canadians on-line

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**Communications:** • A guide to the Internet has been developed for Francophone users. This guide includes links to sites of interest to official language minority groups and will be placed on the Connecting Canadians Web site. • Industry Canada's Success Story page on the corporate Web site includes links to Industry Canada successes in promoting Internet services to official language minority groups. The showcase can be found at: **http://info.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/icpages/successStories** **Canadian Tourism Commission (CTC):** • The CTC's business and consumer Internet site provides information on travel and on the CTC's activities, and establishes hypertext links with other travel and tourism Web sites. Official language minority communities with established Web sites on tourism products are encouraged to inform the CTC, so that they can be included in the business site for free, or in the consumer site for a fee.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
2. Support and increased participation in the knowledge-based economy	**Canada Business Service Centres (CBSCs):** • Regional access partners include and support official language minority business service intermediaries in the network, where demand and interest exist. • Promotional activities are targeted to official language minority communities (for example, outreach activities, advertising of CBSC services, and participation in trade fairs and seminars). • Official language minority communities are included in consultations and evaluations, and participate in business advisory boards where these exist. • Bilingual integrated business information content is being enhanced by new national and CBSC products (the E-commerce InfoGuide and Interactive Business Planner are two examples from fiscal year 1999–2000). **VolNet:** • Thirty VolNet delivery agencies are being established across Canada to assist voluntary organizations with Internet connectivity, including provision of computer equipment, network support and Internet skills development. By March 31, 2001, 10 000 voluntary organizations will be connected to the Internet. Official language minority groups take priority in this initiative. • A national Francophone delivery agency and two provincial Francophone delivery agencies outside Quebec have been selected to support Francophone voluntary organizations outside of Quebec. • The identified national computer supplier provides bilingual service throughout Canada. • Workshops will be available in the language of the official language minority organizations.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
2. Support and increased participation in the knowledge-based economy (cont.)	**Canada's Digital Collections:** • This program, which devotes special attention to official language minority communities, will continue to fund approximately 10 digitization projects each year in such communities. These projects will provide opportunities to present the cultural and linguistic diversity of these communities on the Internet. More information on the program and its projects can be found on the program's Web site. **Francommunautés virtuelles:** • This program attempts to strengthen the vitality of Canadian Francophone and Acadian communities. As a three-year pilot project, it was designed to assist Francophone and Acadian communities in linking with each other, the rest of Canada and the world, via the Internet, and to develop new on-line applications, services and content in French. Program funding will support approximately 20 to 30 projects a year from across Canada until the end of fiscal year 2000–2001. An evaluation will be completed in fall 2000, and Industry Canada will decide whether the program should be renewed or expanded. Information can be found at the program's Web site. **Industry Sector:** • Exhibitions, conferences and awareness workshops will be organized for official language minority communities. ***Strategis*:** • *Strategis* is Canada's largest on-line source of business information. • Information sessions and training are available in both official languages.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Support and increased participation in the knowledge-based economy (cont.)	**Computers for Schools:** • Two hundred and fifty thousand computers will be delivered to schools and libraries all across Canada by March 31, 2001. Information on the program is available by telephone or on the Web site. • The program will track participation by official language minority schools. • Industry Canada and Public Works and Government Services Canada have agreed to deliver surplus computers to official language minority communities' voluntary organizations. **Community Access Program (CAP) (Urban):** • This program provides affordable access to the Internet to residents of 88 urban communities with populations over 50 000, and provides new ways to communicate, learn and do business in today's knowledge-based economy. • Agreements are being negotiated with school boards and provincial library authorities or library boards for implementation of 3200 sites. One thousand sites under the control of community organizations will be selected through a competitive process. • CAP is making special efforts to inform official language minority communities of the importance and value of this program to meet community goals. Bilingual workshops, designed to encourage applications from official language minority communities and to outline the value of developing networks, are being delivered in targeted geographic centres. Members from the targeted communities are involved in evaluating proposals and making recommendations for funding.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
3. Rural development and support	**Community Access Program (CAP) (Rural):** • To facilitate better access to the Information Highway by rural communities, CAP assists with the development of Internet links in community schools, libraries and other accessible community locations. CAP plans to have assisted 5000 rural communities with Internet links by 2001. • CAP is making special efforts to inform official language minority communities of the importance of the program's goals. Members of these communities serve on all provincial selection committees. Service to these communities is part of the program's evaluation framework. • Program information and a proposal development guide are available at the programs's Web site.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
4. Integration of youth into economic development	**SchoolNet:** • To facilitate the connectivity of Canadian classrooms, including those in official language minority communities, 250 000 classrooms will be connected to the Internet by 2001. • Through the GrassRoots program, 20 000 on-line learning projects will be developed by March 31, 2001, 20 percent of which will come from official language minority communities. **Student Connection Program (SCP):** • The SCP offers low-cost, on-site technology training programs to business people, and special Internet training for seniors. • Through its 15 Administration Centres, including two Francophone centres outside Quebec and one Anglophone centre in Quebec, the program ensures that promotional and training service and materials are available in both official languages throughout Canada. **Canada's Digital Collections:** • Through this program, young people (age 15 to 30) are hired on contract to create Web sites, allowing them to develop and apply skills related to the new information technologies. Roughly 10 percent of the projects are created by young people from official language minority communities, who represent some 10 percent of the young people employed through the program.

Strategic Objective 3: Marketplace

Building a fair, efficient and competitive marketplace

Key Results of Strategic Objective 3

- A marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class
- A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures
- Confidence in the marketplace
- A competitive advantage through leading-edge services

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**Competition Bureau:** • Presentations in either official language, depending upon client requests, will be made across Canada on the *Competition Act* and consumer products programs. Participants are encouraged to contribute to the meetings in the language of their choice. **Office of the Superintendent of Bankruptcy:** • Presentations in either official language, depending upon client requests, will be made across Canada on bankruptcy and insolvency. Participants are encouraged to contribute to the meetings in the language of their choice. **Office of Consumer Affairs:** • Launch of the Canadian Consumer Information Gateway will be accompanied by media releases and information kits targeting major official language minority communities/associations. • Efforts are planned to link Consumer Connection and the Canadian Consumer Information Gateway to more French-language Web sites.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services (cont.)	**Measurement Canada:** • Brochures on Measurement Canada and its services will be distributed to official language minority communities/associations. **Canadian Intellectual Property Office (CIPO):** • Several seminars on intellectual property (IP) and the information sources available to IP users will be offered to official language minority groups across Canada in the language of the group.

Strategic Objective 4: Investment

Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

Key Results of Strategic Objective 4

- Improved domestic and international investment climate
- Canada branded and recognized as an investment location of choice
- Increased attraction and retention of multinational investment in Canada
- Increased investment by small and medium-sized enterprises (SMEs) and by Aboriginal businesses

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	• No activities, programs or services under the Investment Strategic Objective have been specifically developed for official language minority communities, although these communities may participate in any of Industry Canada's national programs, such as Investment Partnerships Canada. Official language minority communities may also wish to access national programs such as the Community Futures Development Corporations and the Canada Business Service Centres. These programs have been specifically developed for needs similar to those articulated by official language minority communities, such as rural development, tourism and the integration of youth into economic development.

Strategic Objective 5: Trade

Working with Canadians to increase Canada's share of global trade

Key Results of Strategic Objective 5

- Secure market access maintained and improved
- A more coordinated and cohesive approach to international trade development
- Export capability and preparedness
- International market development

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**Team Canada Inc (TCI):** • TCI is a virtual trade agency consisting of 23 federal departments and agencies. No TCI programs or services have been specifically developed for official language minority communities, although these communities are encouraged to access any of the national trade tools and services created by the TCI partnership to provide information and services to Canadian businesses. These include the ExportSource Web site, the toll-free Export Information Service and the Going Global Workshop Series. The Trade Integration Directorate will collaborate with TCI, which will undertake an information mailing to national-level and trade-related organizations, encouraging official language minority communities' businesses to take advantage of TCI programs and services.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services (cont.)	**Canadian Tourism Commission (CTC):** • As a means to further develop and promote the Francophone cultural communities in Canada, the CTC will continue to fund tourism product development activities aimed at official language minority communities, through the Heritage Product Club partnership. As one of its many activities, the Club developed a map outlining French heritage products in western Canada. Next year, the Club will focus on developing travel packages showcasing the French culture and opportunities to learn French, enhancing the export readiness of existing tourism products, and implementing a new marketing strategy. It also plans to consult, train and provide strong communication links, and to offer value-added tourism services to western and northern French Canadian small and medium-sized enterprises.

Corporate Issues Objective

Key Results of Corporate Issues Objective

- Increased recognition within Industry Canada of its commitments under section 41 of the *Official Languages Act* and the national and provincial Memoranda of Understanding signed with French representatives outside Quebec
- Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services, by official language minority communities

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased understanding of section 41 responsibilities	**Evaluation Framework:** • Developing an evaluation framework and appropriate indicators will increase Industry Canada's ability to measure its progress in fulfilling its section 41 obligations and its Memoranda of Understanding signed with French representatives outside Quebec. **Evaluation:** • An evaluation will be done during the 2000–2001 fiscal year. **Sectoral Tables:** • The implementation of sectoral tables, composed of representatives from French minority communities and federal organizations and coordinated by the National Committee for Canadian Francophonie Human Resources Development, will give Industry Canada the opportunity to further its appreciation of the needs and priorities of French minority communities. Industry Canada is participating in the following sectoral working groups: Knowledge-Based Economy, Tourism, and Integration of Youth in Economic Development. Recommendations of the working groups will help draft the committee's national strategic plan.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services (See Annex for contacts and Web sites)
1. Increased understanding of section 41 responsibilities (cont.)	**French on the Internet:** • Guidelines and principles will be developed to increase the content and quality of French on Industry Canada Web sites. **Awareness Campaign:** • An awareness campaign will be developed to help employees better understand their responsibilities under section 41, the national and provincial Memoranda of Understanding, and the needs of official language minority communities. **Creation of a New Process:** • A new process will be put into place to ensure that official language minority communities are taken into account when the Department is developing, delivering or transferring programs and services, and preparing Treasury Board submissions and Memoranda to Cabinet.
2. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**Support of the Official Languages Champion:** • Industry Canada will provide opportunities for its Official Languages Champion to meet representatives of official language minority communities and organizations, and to make presentations to various organizations and departmental committees. • Industry Canada will participate fully in the network of departmental champions created by Treasury Board.

Part II: Regional Action Plans

Strategic Objective 1: Innovation

Improving Canada's innovation performance

Key Results of Strategic Objective 1

- Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors
- Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities
- Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**All Regions**: • Through presentations, promote Industry Canada's innovation agenda. • Invite official language minority communities to participate in Industry Canada events. **Atlantic Region:** • Organize a conference on innovation, in partnership with the Conseil économique du Nouveau-Brunswick. This pan-Atlantic conference will be held in Bathurst in May 2000. **FedNor:** • Work with technology centres to develop bilingual activities focussed on innovation. • Establish cooperative relationships with the Industrial Research Assistance Program (MIRARCo, NORCAT, the Northwestern Ontario Technology Centre) and others for promotion of technology diffusion.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services (cont.)	**Prairie and Northern Region:** • Ensure that the needs of regional Francophone economic development organizations are reflected when developing a regional strategy on innovation with Western Economic Development Canada and the National Research Council Industrial Research Assistance Program. • Work with other federal departments on a pilot study on barriers to the adoption of innovation.
2. Support and increased participation in the knowledge-based economy	**FedNor:** • Work as a partner with business and other organizations to review ideas submitted by Northern Ontario entrepreneurs, and to help them grow. • Work on connectedness to ensure access and, ultimately, use of and participation in the knowledge-based economy.

Strategic Objective 2: Connectedness

Making Canada the most connected country in the world

Key Results of Strategic Objective 2

- Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible
- A world-leading environment for electronic commerce
- Canadian digital content and applications on-line maximized
- Key federal government information and services available to Canadians on-line

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**All Regions:** • Increase awareness and promote usage of electronic information services to official language minority clients, both businesses and consumers.
2. Support and increased participation in the knowledge-based economy	**All Regions:** • Offer information sessions on Industry Canada programs such as Multimedia Learnware, Francommunautés virtuelles, VolNet, and urban and rural Community Access Programs, to ensure that members of official language minority communities can access information and tools to assist in information technology integration. • Promote the programs of the Information Highway Applications Branch, and e-commerce, to official language minority communities.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
2. Support and increased participation in the knowledge-based economy (cont.)	**Atlantic:** • Support further efforts to develop the Télécommunauté acadienne et francophone de l'Atlantique. • Participate in a pan-Atlantic conference on e-commerce in Edmundston in August 2000. • The Atlantic region presently participates in an e-commerce committee with the Conseil économique du Nouveau-Brunswick. **Quebec:** • Promote the MONDEX project in the Sherbrooke region. **Ontario/FedNor:** • Identify opportunities to establish urban Community Access Program sites in Francophone community centres and associations in major Ontario urban centres. • Using small business conferences and info-fairs, provide support to the Francophone business community to access opportunities, skills and knowledge of the Information Highway. **Ontario:** • Working with newly recognized Francophone school boards, increase the number of computers for schools and public libraries. • Through presentations, increase e-commerce awareness of the Francophone business community.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
2. Support and increased participation in the knowledge-based economy (cont.)	**FedNor:** • Deliver community awareness workshops and support subregional telecommunications working groups in order to increase access to, and usage of, the Information Highway. • Continue to work with partners and municipalities to promote e-commerce conferences throughout Northern Ontario. • Work with service providers to promote and encourage a telecommunication infrastructure in Northern Ontario that will allow participation in the worldwide economy. • Develop an electronic network to link all Community Futures Development Corporations in a bulletin board that will help Francophones to access information. • Work with the Associations canadiennes-françaises de l'Ontario of Northern Ontario to develop a Web site and a network to increase on-line accessibility. **Prairie and Northern Region:** • Participate in French language media interviews to present existing and new Information Highway applications programs. • Promote e-commerce to regional Francophone economic development organizations. **Pacific:** • Provide a half-day e-commerce workshop in partnership with the Francophone Chamber of Commerce and the Société de développement économique. • Promote e-commerce capsules and a glossary of e-commerce terms in various regional Francophone newspapers, on the Francophone Chamber of Commerce Web site and on other associations' sites. • Translate the business-to-business tutorial and, in partnership with regional Francophone associations, promote this tutorial.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
3. Integration of youth into economic development	**Prairie and Northern Region:** • Ensure that post-secondary institutions have timely and pertinent information and take advantage of programs such as Netcorps, CanConnect, and the Student Connection Program. **Pacific:** • In conjunction with Francophone associations, help to organize a business contest targeting young entrepreneurs. Industry Canada will participate by Web hosting, producing promotional material and holding the awards event.

Strategic Objective 3: Marketplace

Building a fair, efficient and competitive marketplace

Key Results of Strategic Objective 3

- A marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class
- A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures
- Confidence in the marketplace
- A competitive advantage through leading-edge services

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**All Regions:** • Develop activities to raise awareness among business clients from official language minority communities of their obligations under the Marketplace Services regulations, as well as of the role of the Competition Bureau. • Raise awareness of marketplace services as key components of consumer and business well-being. **Ontario:** • Using short presentations at small business conferences, info-fairs and trade shows, demonstrate the products and services available on the Competition Bureau Web site. • Provide input for press releases to raise awareness of the role of the Competition Bureau.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services (cont.)	**FedNor:** • Maintain the Northern Ontario economic database to increase access to current data and trends in Northern Ontario's economy, and encourage Francophone clients to use it. • Support the Public Works and Government Services Canada training modules to assist Francophone businesses to sell to the government. • Increase Community Futures Development Corporations' capacity to serve Francophone stakeholders. **Prairie and Northern Region:** • Ensure that the Francophone community is considered as a regional client group. **Pacific:** • Prepare economic snapshots of the region and provide them to Francophone business groups.

Strategic Objective 4: Investment

Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

Key Results of Strategic Objective 4

- Improved domestic and international investment climate
- Canada branded and recognized as an investment location of choice
- Increased attraction and retention of multinational investment in Canada
- Increased investment by small and medium-sized enterprises (SMEs) and by Aboriginal businesses

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**All Regions:** • Support activities through regional trade networks, which increase awareness of investment opportunities in official language minority communities and promote their culture and economic development potential. **Atlantic:** • Promote Francophone SMEs' efforts to enter into international strategic alliances. • Support Francophone clients in the Aboriginal communities in attracting investment. **Quebec:** • Promote Anglophone SMEs' efforts to enter into international strategic alliances.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services (cont.)	**Ontario:** • Through the new Infrastructure Program and any other special programs, ensure that Francophone communities are informed of program investment opportunities. • Working with the Ontario Regional Action Committee, follow up on the recommendations of the *Study of Industry Canada Services to the Francophone Business Community in Southern Ontario*, including the Community Access Program, the Community Futures Development Corporations and the Canada-Ontario Business Service Centre sites. • Increase awareness of Industry Canada's investment programs and services available to Francophone SMEs, through small business conferences and info-fairs targeting Francophones, and through regular newsletters and articles in Francophone business publications such as *Le Lien économique*. • Continue partnership with La Chambre économique de l'Ontario, and explore other partnerships for joint activities with the Francophone business community of Ontario. **FedNor:** • Monitor the Business Planning Initiative and the agreement with Le Mouvement des caisses populaires de l'Ontario across Northern Ontario, and encourage equitable access for Francophones. **Prairie and Northern Region:** • Ensure that the strength of Francophone communities and firms is brought to the attention of potential investors/partners.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services (cont.)	**Pacific:** • Work with Canada Business Service Centres to provide information to the Société de développement économique on the new *Canada Small Business Financing Act* program, through information sessions, a radio interview and newspaper articles.
2. Rural development and support	**FedNor:** • Develop initiatives with Community Futures Development Corporations (CFDCs) that address the special needs of Francophones regarding access to capital. • Establish a CFDC committee to ensure the delivery of services to Francophones.
3. Tourism development	**FedNor:** • Implement and promote the Tourism Fund, the Not-for-Profit Fund and the Northern Ontario Economic Development Fund to develop tourism in Francophone communities.
4. Integration of youth into economic development	**FedNor:** • Provide the Youth Internship Initiative on a permanent basis, giving Northern Ontario young people practical job experience in the field of community economic development.

Strategic Objective 5: Trade

Working with Canadians to increase Canada's share of global trade

Key Results of Strategic Objective 5

- Secure market access maintained and improved
- A more coordinated and cohesive approach to international trade development
- Export capability and preparedness
- International market development

Section 41 Commitments

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services	**All Regions:** • Raise awareness of official language minority interests as a part of Canadian trade policy development. • Communicate the importance of trade to official language minority companies and their associations, through Team Canada Inc, presentations, workshops and other means. • Assist official language minority clients to become export ready and to expand their markets through trade missions and fairs. **Ontario:** • Organize, in partnership with La Chambre économique de l'Ontario, joint activities to provide export and trade services to Francophone firms. • Represent the Ontario region on the Comité paritaire, which brings key Francophone organizations together with federal and provincial organizations. • Through info-fairs, seminars and trade missions, support development of skills required for export and increased participation in export activities by Francophone companies.

Needs and Priorities	Industry Canada's Activities, Programs and Services
1. Increased awareness of, and participation in, Industry Canada activities, and increased use of departmental programs and services (cont.)	**FedNor:** • Maintain the Northern Ontario economic database so that Francophone clients can access market information. • Provide export counselling to Francophone clients. • Promote use of trade information found on the FedNor Web site. • Use the NEXPRO program to enhance Francophone clients' export preparedness. • Recruit and encourage Francophone firms to participate in Trade Team Canada missions. • Promote WIN Export registration to Francophone clients. **Prairie and Northern Region:** • Encourage Francophones to register on WIN Export. • Collaborate with Western Economic Diversification Canada to develop a profile of Francophone firms that have export-ready potential. **Pacific:** • Collaborate with the International Trade Centre (ITC) to provide information sessions to members of the Francophone Chamber of Commerce and the Société de développement économique on ITC trade support programs.
2. Integration of youth into economic development	**Ontario:** • Work with Francophone colleges to deliver the Going Global series of Forum for International Trade training courses.

Distribution Plan

10. Measures proposed by the institution to publicize the Action Plan and report on achievements inside and outside the institution

The Action Plan will be sent to all national organizations, provincial coordination organizations, and all federal organizations with an economic mandate regarding the official minority communities in Canada.

We will also send the Action Plan to the Minister of Canadian Heritage, the Commissioner of Official Languages, the Secretary of the Treasury Board and the co-chairpersons of the Standing Joint Committee on Official Languages.

Furthermore, Industry Canada's Action Plan will be available on the Internet **(http://info.ic.gc.ca/epublications)**.

Internally, for our employees, there will be various sensitization activities on the needs of official language minority communities. These initiatives may take the form of articles in the employee bulletin, presentations given by community representatives, or specific communications.

The Public Service Commission offers a course that provides a solid grounding in the linguistic duality of the Public Service. Industry Canada employees responsible for program administration will be encouraged to attend this training to understand the requirements of the *Official Languages Act*.

Signature

Jean-Claude Bouchard
Assistant Deputy Minister
Operations Sector

July 5, 2000.
Date

Feedback: What do you think of the Action Plan?

General comments:

Strong points:

Areas requiring improvement:

Suggestions:

Please return this form to:

Dominique Veilleux
Manager, National Co-ordination
Operations Section
Industry Canada
Room 806B, 235 Queen Street
Ottawa ON K1A OH5
Tel.: (613) 954-4083 Fax: (613) 954-4074
E-mail: **veilleux.dominique@ic.gc.ca**

Annex: List of Programs, Contacts and Web Site Addresses

Note: Programs described in the Action Plan are included on this list, as are other Industry Canada initiatives.

Program Name	Contact/Telephone	Web Site
Campus WorkLink and NGR	1-800-930-9643	**http://www.WorkLinkNGR.com**
Canada's Digital Collections	Guy Parent (613) 952-9639 or 1-800-465-7766	**http://collections.ic.gc.ca**
Canada Foundation for Innovation	(613) 947-6496	**http://www.innovation.ca**
Canada-Ontario Business Service Centre	(416) 954-4636 1-800-567-2345	**http://www.cbsc.org/ontario**
Canada Small Business Financing Act	(613) 954-5540	**http://strategis.gc.ca/csbfa**
Canadian Intellectual Property Office	Bill MacDougall (819) 997-2745	**http://cipo.gc.ca**
Canadian Tourism Commission	(613) 946-1000	**http://www.canadatourism.com**
CANARIE (Canada's Advanced Internet Development Organization)	Enid Harrison (613) 943-5377 Information (613) 943-5454	**http://www.canarie.ca**
CanConnect	1-800-575-9200	**http://canconnect.ic.gc.ca**
Community Access Program (Rural)	Michel Carrière (613) 954-3477	**http://cap.ic.gc.ca**
Community Access Program (Urban)	Michel Léger (613) 952-0678	**http://cap.ic.gc.ca**
Community Futures Program (Ontario)	Marie Desmarais-Santi 1-877-333-6673	**http://communityfutures-ont.ic.gc.ca**

Competition Bureau	Loraine Laflèche (819) 997-5898	**http://competition.ic.gc.ca**
Computers for Schools	Pierre Gendron (613) 993-2397 or 1-800-268-6608	**http://www.schoolnet.ca/cfs-ope**
Connecting Canadians		**hptt://www.connect.gc.ca**
Consumer Connection	Jean-Baptiste Renaud (613) 952-1915	**http://consumerconnection.ic.gc.ca**
Contact!	Diana Brown (613) 941-8195	**http://strategis.gc.ca/contact**
Corporations Directorate	Michelle Beaudry (613) 941-7636	**http://strategis.gc.ca/corporations**
Electronic Commerce in Canada	André Dubois (613) 953-3452	**http://e-com.ic.gc.ca**
ExportSource	1-888-811-1119	**http://exportsource.gc.ca**
FedNor	Linda Ménard (705) 671-0720 or 1-877-333-6673	**http://fednor.ic.gc.ca**
Francommunautés virtuelles	Hélène Espesset (613) 952-9973	**http://francommunautes.ic.gc.ca**
Generations CanConnect	1-800-575-9200	**http://generations-canconnect.ic.gc.ca**
GrassRoots	Frédéric Nolin (613) 952-5890	**http://www.schoolnet.ca/grassroots**
Measurement Canada	Hélène Bradbury (613) 952-6711	**http://mc.ic.gc.ca**
Multimedia Learnware	Yuri Daschko (613) 990-6149	**http://www.schoolnet.ca/funds**
NetCorps Canada International	1-800-605-3526	**http://www.netcorps-cyberjeunes.org**
Networks of Centres of Excellence	(613) 995-6010	**http://www.nce.gc.ca**

Office of Consumer Affairs	Jean-Baptiste Renaud (613) 952-1915	**http://strategis.gc.ca/oca**
Office of the Superintendent of Bankruptcy	(613) 941-1000	**http://osb-bsf.ic.gc.ca**
SchoolNet	Frédéric Nolin (613) 952-5890	**http://www.schoolnet.ca**
SkillNet	Janet Caroleo (613) 998-1301	**http://skillnet.ca**
Smart Communities	1-800-575-9200	**http://smartcommunities.ic.gc.ca**
Strategis	1-800-328-6189	**http://strategis.gc.ca**
Student Connection Program	1-888-807-7777	**http://scp-ebb.com**
Team Canada Inc	1-888-811-1119	**http://exportsource.gc.ca**
Technology Partnerships Canada	1-800-266-7531	**http://tpc.ic.gc.ca**
VolNet	Gisèle Proulx (613) 991-3822	**http://www.volnet.org**

Industrie Canada Industry Canada

Plan d'action 2000-2003

Industrie Canada

Application de l'article 41 de la
Loi sur les langues officielles

Canada

Plan d'action
2000-2003

Industrie Canada

Application de l'article 41 de la
Loi sur les langues officielles

Le ministre de l'Industrie,

John Manley

JUIN JUN 30 2000

Date

Cette publication est également offerte par voie électronique sur le Web (**http://www.ic.gc.ca/fpublications**).

On peut obtenir cette publication sur demande en médias substituts. Communiquer avec le Centre de diffusion de l'information dont les coordonnées suivent.

Pour obtenir des exemplaires du présent document, s'adresser également au Centre :

Centre de diffusion de l'information
Direction générale des communications
Industrie Canada
Bureau 205D, tour Ouest
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Téléphone : (613) 947-7466
Télécopieur : (613) 954-6436
Courriel : **publications@ic.gc.ca**

Autorisation de reproduction
Sauf indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en totalité ou en partie et par tout moyen, sans frais et sans autre autorisation d'Industrie Canada, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée dans le but d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, qu'Industrie Canada soit identifié comme étant la source de l'information et que la reproduction ne soit pas présentée comme une version officielle de l'information reproduite ni comme ayant été faite en association avec Industrie Canada ou avec l'approbation de celui-ci.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication dans un but commercial, veuillez envoyer un courriel à : **copyright.droitdauteur@pwgsc.gc.ca**

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

N° de catalogue C2-502/2000
ISBN 0-662-65056-5
53142 B

Contient 20 p. 100 de matières recyclées

Table des matières

Préambule 1

Sommaire 2

Section I : Renseignements généraux 3

Section II : Besoins des communautés 6

Section III : Contenu du Plan d'action et échéancier 11

Partie I : Plan d'action national 14

Partie II : Plans d'action régionaux 32

Plan de diffusion 46

Signature 46

Commentaires : Que pensez-vous du Plan d'action? 47

Annexe : Liste des programmes, des personnes-ressources et des sites Web 48

Préambule

Visées d'Industrie Canada pour l'application de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles* :

Industrie Canada s'engage à favoriser l'épanouissement des minorités francophones et anglophones du Canada et à appuyer leur développement ainsi qu'à promouvoir la pleine reconnaissance du français et de l'anglais et leur usage dans la société canadienne grâce à ses programmes et services.

Sommaire

Le présent plan d'action se conforme au cadre de présentation adopté par l'ensemble des ministères et organismes fédéraux tenus de soumettre des plans d'action en vertu de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles* et de rendre compte de leur exécution.

La Partie I décrit les programmes, activités et services offerts par Industrie Canada aux communautés de langue officielle en situation minoritaire. La Partie II traite des efforts déployés par les bureaux régionaux du Ministère.

Dans les Partie I et Partie II, les programmes, services et activités d'Industrie Canada sont présentés sous forme de tableaux établis selon les six objectifs du Ministère et les six besoins et priorités reconnus des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Les cinq objectifs stratégiques du Ministère sont les suivants : **l'innovation, la connectivité, le marché, l'investissement** et **le commerce**. Industrie Canada s'est en outre fixé comme objectif général de mieux saisir les besoins et les priorités des communautés de langue officielle en situation minoritaire et de faire en sorte que ces dernières connaissent mieux le Ministère.

Voici les six besoins et priorités des communautés de langue officielle en situation minoritaire présentés dans les tableaux :

a) S'assurer qu'Industrie Canada soit davantage sensibilisé et réceptif aux besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire et qu'il soit conscient des obligations qui lui incombent en vertu de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*.
b) Faire en sorte que les communautés de langue officielle en situation minoritaire connaissent mieux les programmes, les activités et les services d'Industrie Canada et qu'elles en profitent davantage.
c) Soutenir et accroître la participation des communautés de langue officielle en situation minoritaire à l'économie du savoir.
d) Favoriser l'essor des communautés de langue officielle en situation minoritaire dans les milieux ruraux.
e) Développer l'industrie touristique dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire.
f) Intégrer les jeunes au développement économique des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Afin de surveiller l'exécution du présent plan d'action, Industrie Canada s'est donné un premier cadre d'évaluation qui sera mis en œuvre en 2000-2001. Grâce à cela, Industrie Canada pourra préciser encore davantage les besoins des communautés et leur proposer des programmes et des services mieux adaptés à leurs besoins.

Section I : Renseignements généraux

1. Nom de l'organisme

Industrie Canada
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5

Site Web : **http://info.ic.gc.ca**
Courriel : **hotline.service@ic.gc.ca**
Téléphone : 1 800 328-6189

2. Brève description du mandat de l'organisme

Mandat du Ministère

Industrie Canada a pour mandat d'aider les Canadiens à être plus productifs et concurrentiels dans l'économie du savoir, et d'améliorer ainsi la qualité de vie au pays. Par ses politiques, programmes et services, le Ministère contribue à stimuler l'essor économique afin :

- de procurer aux Canadiens des emplois plus nombreux et mieux rémunérés;
- de favoriser la croissance des entreprises grâce à l'amélioration soutenue de la productivité;
- de donner aux consommateurs, aux entreprises et aux investisseurs l'assurance que le marché est équitable, efficace et concurrentiel.

Priorités

Pour accomplir son mandat, Industrie Canada s'est donné cinq objectifs stratégiques :

- améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation;
- faire du Canada le pays le plus branché du monde;
- créer un marché équitable, efficace et concurrentiel;
- promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger;
- travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux.

Dans le cadre de son mandat et étant donné ses cinq objectifs stratégiques, Industrie Canada offre des programmes et des services nationaux à une clientèle qui comprend des entreprises, des associations et des consommateurs. Les communautés de langue officielle en situation minoritaire font partie de la clientèle cible de la plupart des programmes et services du Ministère.

Dans le Discours du Trône du 13 octobre 1999, le gouvernement a énoncé plusieurs de ses priorités nationales. Certains des engagements qu'il a pris, notamment pour ce qui est de l'éducation des enfants et des jeunes et de la mise en place d'une économie dynamique, ont de l'importance pour Industrie Canada, car ils sont liés au branchement à l'autoroute de l'information d'un plus grand nombre de collectivités et de jeunes, à la promotion du commerce et des investissements, au soutien de l'innovation et à l'amélioration de la structure de l'information au Canada. Ce dernier point comprend la possibilité pour tous les Canadiens d'avoir accès en direct, au plus tard en 2004, aux renseignements et aux services du gouvernement à toute heure du jour ou de la nuit et en tout lieu.

Des foires-info sont présentées par les organismes de développement économique régional : Diversification de l'économie de l'Ouest, Développement économique Canada (au Québec) et l'Agence de promotion économique du Canada atlantique dans leurs régions respectives, par Industrie Canada dans le Sud de l'Ontario et dans la région du Nord et par FedNor dans le Nord de l'Ontario. Soulignons que des lignes directrices ont été établies afin d'assurer, lors de ces activités, le respect des exigences de la *Loi sur les langues officielles* pour ce qui est de la publicité, du matériel promotionnel et des produits de communication. Ces lignes directrices témoignent de l'engagement du gouvernement du Canada de diffuser l'information aux Canadiens dans la langue de leur choix.

3. Responsables du dossier

Jean-Claude Bouchard	Sous-ministre adjoint, Opérations	Tél. : (613) 954-3405
Dominique Veilleux	Gestionnaire, Coordination nationale	Tél. : (613) 954-4083
Louise Fournier	Agente de projet, Coordination nationale	Tél. : (613) 957-8509
Frances McRae	Atlantique	Tél. : (506) 851-6087
Patricia Babineau	Atlantique	Tél. : (506) 851-6519
Mary Bourdon	Québec	Tél. : (514) 283-3099
Simone Pertuiset	Ontario	Tél. : (416) 952-1603
Linda Ménard	FedNor	Tél. : (705) 671-0720
Bernard Pilon	Prairies et région du Nord	Tél. : (780) 495-4418
Aurora Opazo Saez	Pacifique	Tél. : (604) 666-1404

4. Période visée par le Plan d'action

2000–2003

Section II : Besoins des communautés

5. Moyens pris pour cerner les besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire sur les plans national et régional

a) Rencontres officielles organisées par Patrimoine canadien

Les rencontres officielles organisées par Patrimoine canadien depuis 1995 entre les groupes et associations des communautés et les ministères fédéraux sont le principal moyen emprunté pour cerner les besoins des communautés. Ces consultations ont permis d'engager un dialogue dans le cadre duquel les communautés expriment leurs besoins et Industrie Canada fait valoir ses priorités, ses programmes et ses services.

b) Échanges avec les chefs de file des communautés

Industrie Canada tire encore aujourd'hui profit des suggestions formulées par de nombreux chefs de file des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Les liens personnels qui se sont tissés au fil des ans ont conduit à une meilleure compréhension, d'une part, des besoins des communautés et, d'autre part, des capacités et contraintes d'Industrie Canada.

c) La Fédération des communautés francophones et acadienne (FCFA)

La FCFA, l'organisme parapluie représentant les communautés francophones hors Québec, a analysé une des premières séries de plans d'action. Les conclusions de son analyse et ses suggestions ont été communiqués au Comité mixte permanent des langues officielles de la Chambre des communes et du Sénat. Des représentants de la FCFA ont également fait une présentation au Conseil de gestion d'Industrie Canada et ils ont rencontré des hauts fonctionnaires à plusieurs reprises. Lors de ces rencontres, les représentants de la FCFA ont pu exposer leurs préoccupations et leurs priorités.

d) Le rapport du Commissaire aux langues officielles

Le *Rapport annuel du Commissaire aux langues officielles* et les études spéciales qui s'y rattachent, notamment *Le gouvernement du Canada et le français sur Internet,* ont permis à Industrie Canada de se faire une idée plus claire des problèmes éprouvés par les communautés de langue officielle en situation minoritaire et de recueillir de nombreuses suggestions concernant la prestation des programmes et des services qui leur sont destinés.

e) Comité national de développement des ressources humaines de la francophonie canadienne

Industrie Canada, membre de ce comité, collabore avec les ministères et organismes fédéraux et les chefs de file des communautés à l'élaboration de stratégies de développement de ressources humaines visant à favoriser le développement économique des collectivités francophones hors Québec. D'ailleurs, un plan d'action stratégique, aux priorités claires, a été élaboré conjointement.

Le comité a constitué quatre tables sectorielles, dans les domaines de l'économie du savoir, du développement rural, du tourisme et de l'intégration des jeunes au développement économique. Chaque table regroupe un nombre égal de représentants du gouvernement et des collectivités et donne l'occasion de mieux définir et de promouvoir les besoins des communautés francophones en situation minoritaire.

Développement des ressources humaines Canada organise, pour les membres du Comité national, des rencontres avec des représentants des communautés de toutes les régions du Canada auxquelles Industrie Canada participe.

f) Le Partenariat interministériel avec les communautés de langue officielle (PICLO)

Cette nouvelle initiative de Patrimoine canadien a pour but de renforcer les activités interministérielles et de favoriser l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Industrie Canada, de concert avec Patrimoine canadien et d'autres organismes fédéraux, cherchera à appuyer ces communautés et à créer de nouveaux partenariats. Par exemple, au Québec, Industrie Canada et Développement économique Canada pour les régions du Québec veilleront ensemble à ce que soit examiné attentivement, dans le cadre de ce nouveau programme, le développement économique des collectivités anglophones du Québec.

g) Rapports

De nombreux rapports (p. ex., Fontaine, Savoie et Simard) font des recommandations sur la façon de mieux servir les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

h) Réunions interministérielles

Les réunions interministérielles ont permis à Industrie Canada de concert avec d'autres ministères et organismes fédéraux de répondre aux besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire, d'élaborer des projets particuliers, ainsi que d'échanger des informations, des leçons ou de meilleures pratiques.

6. Principaux besoins sur les plans national et régional

Dans le cadre de son plan d'action de 1997-2000, Industrie Canada avait consulté les communautés de langue officielle en situation minoritaire et des ministères et organismes fédéraux ainsi que cerné six besoins ou priorités à l'égard desquels il pouvait intervenir en vertu de son mandat. Ainsi, Industrie Canada devait avant tout veiller à ce que les communautés :

- obtiennent de l'information sur les programmes et les services d'Industrie Canada;
- participent pleinement aux programmes et aux services d'Industrie Canada;
- utilisent l'autoroute de l'information;
- renforcent leur vie économique;
- développent leur esprit d'entrepreneuriat, particulièrement chez les jeunes;
- développent leur industrie touristique.

Même si ces priorités n'ont pas changé, à l'issue des consultations avec les communautés et de discussions au sein d'Industrie Canada, elles ont été précisées et elles sont davantage ciblées dans le Plan d'action de 2000-2003. Elles ont été subdivisées en deux catégories :

- Les priorités visant à favoriser une meilleure compréhension a) par Industrie Canada des besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire et b) par les communautés de langue officielle en situation minoritaire du rôle qu'Industrie Canada peut jouer en vue de combler ces besoins.
- Les priorités ou besoins exposés par les communautés de langue officielle en situation minoritaire qui sont directement liés à la promotion de leur épanouissement et de leur dynamisme, à savoir c) la participation à l'économie du savoir, d) le développement des collectivités rurales, e) le développement de l'industrie touristique, et f) l'intégration des jeunes au développement économique.

Afin d'utiliser le présent Plan d'action pour appliquer l'article 41, les six besoins ou priorités ont été exprimés sous la forme d'objectifs :

a) **S'assurer qu'Industrie Canada soit davantage sensibilisé et réceptif aux besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire et qu'il soit conscient des obligations qui lui incombent en vertu de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*.**

La première série de plans d'action a fait ressortir la nécessité de : a) rehausser, au Ministère, l'importance des communautés de langue officielle en situation minoritaire et de leurs besoins; b) promouvoir les Protocoles d'entente conclus avec les représentants des organisations francophones en situation minoritaire; c) tenir compte des

communautés de langue officielle en situation minoritaire comme clientèle cible au moment de la conception et de la mise en œuvre des programmes et des services du Ministère.

b) **Faire en sorte que les communautés de langue officielle en situation minoritaire connaissent mieux les programmes, les activités et les services d'Industrie Canada et qu'elles en profitent davantage.**

Les communautés de langue officielle en situation minoritaire ont toujours besoin d'information sur les programmes et les services d'Industrie Canada. Ce dernier doit donc s'assurer que les communautés de langue officielle en situation minoritaire ont rapidement et facilement accès à tous ses programmes et services. Compte tenu de la diversité et de la répartition géographique des communautés, de même que de leurs besoins, le Ministère doit déployer des efforts particuliers pour diffuser cette information et veiller à ce qu'elle soit accessible facilement.

c) **Soutenir et accroître la participation des communautés de langue officielle en situation minoritaire à l'économie du savoir.**

Dans leurs collectivités, les communautés de langue officielle en situation minoritaire doivent avoir l'occasion de participer à l'économie du savoir. Industrie Canada peut les épauler à cet égard en leur facilitant l'accès et en soutenant leur participation à l'économie du savoir, tout particulièrement grâce à son objectif « Connectivité ».

d) **Favoriser l'essor des communautés de langue officielle en situation minoritaire dans les milieux ruraux.**

Bon nombre de communautés de langue officielle en situation minoritaire sont installées dans des régions rurales, souvent éloignées et dépourvues des avantages économiques de l'urbanisation. En concevant les programmes et services de soutien au développement économique des collectivités rurales, Industrie Canada doit tenir compte des besoins particuliers des communautés de langue officielle en situation minoritaire en milieu rural.

e) **Développer l'industrie touristique dans les communautés de langue officielle en situation minoritaire.**

Le tourisme est l'outil de développement économique par excellence des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Il leur permet en outre de faire valoir leur richesse culturelle et de projeter, à l'échelle nationale, l'image d'une collectivité dynamique.

f) **Intégrer les jeunes au développement économique des communautés de langue officielle en situation minoritaire.**

Les communautés de langue officielle en situation minoritaire estiment que, pour survivre en tant qu'entité culturelle, elles doivent intégrer les jeunes aux activités économiques de leurs collectivités et leur proposer un premier emploi ou la possibilité de devenir des entrepreneurs.

Section III : Contenu du Plan d'action et échéancier

7. a) Mesures (nationales et régionales) envisagées par l'organisme pour répondre aux besoins des communautés

b) Échéancier de chacune des mesures

c) Moyens prévus pour faire connaître les programmes et services de l'organisme au sein des communautés de langue officielle en situation minoritaire

La Partie I décrit les programmes et les services d'Industrie Canada relatifs aux besoins et priorités des communautés de langue officielle en situation minoritaire. Les mesures proposées à l'égard de ces besoins et priorités sont présentées en fonction des cinq objectifs stratégiques d'Industrie Canada, soit **l'innovation, la connectivité, le marché, l'investissement** et **le commerce**, auxquels s'ajoute l'objectif **général** du Ministère, à savoir une meilleure compréhension mutuelle entre Industrie Canada et les communautés de langue officielle en situation minoritaire.

La Partie II fait un survol des plans régionaux, présentés selon la même structure qu'à la Partie I.

Les tableaux ont été établis en fonction des six besoins ou priorités reconnus et de l'objectif stratégique ou général visé. Les programmes, activités et services qui répondent à un besoin ou à une priorité établi à la lumière de l'article 41 font aussi l'objet d'une description. Les indicateurs de rendement ne sont pas mentionnés dans les tableaux, puisqu'ils ont déjà été définis dans le cadre d'évaluation établi pour chaque programme, activité ou service. Les activités permanentes ne comportent pas d'échéance.

Industrie Canada a élaboré un premier cadre d'évaluation de ses activités au titre de l'application de l'article 41, cadre établissant des liens entre les programmes, les services et les activités exposés dans le présent plan et permettant de déterminer dans quelle mesure le Ministère a réussi à appliquer les dispositions de l'article 41.

Les renseignements relatifs à chaque programme, service ou activité sont décrits en annexe. Si aucun nom n'est indiqué, il suffit de consulter le site Web ou de communiquer avec l'agent responsable de votre bureau régional.

À noter que les cinq objectifs stratégiques et l'objectif général du Ministère n'englobent pas tous les besoins et priorités cernés par les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Parfois, ces besoins ou priorités correspondent à un objectif stratégique particulier d'Industrie

Canada. Parfois, ils s'inscrivent dans l'objectif général que s'est fixé Industrie Canada relativement à l'application de l'article 41, soit de mieux faire connaître ses programmes et d'en arriver à mieux saisir les besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Par ailleurs, le présent document ne traite pas d'un certain nombre d'activités d'Industrie Canada qui ont des répercussions favorables sur les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Citons à titre d'exemple, les nombreuses consultations menées par le Ministère pour élaborer des politiques ou des textes législatifs, pour promouvoir et défendre les droits des communautés ou encore les activités menées en vue de favoriser le développement industriel, même si à chaque fois, Industrie Canada s'emploie à y faire participer des clients des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

8. Moyens prévus pour mesurer l'atteinte des résultats escomptés

a) Examen du rendement

Industrie Canada procédera, en 2000-2001, à l'évaluation de la mise en œuvre du présent plan d'action. Ainsi, le Ministère pourra mieux cerner les besoins des communautés et proposer des programmes et services adaptés à leurs besoins.

b) Comité de suivi

Industrie Canada a formé un comité de suivi de la mise en œuvre du Plan d'action. Ce comité, présidé par le sous-ministre adjoint, Opérations, se réunira une fois l'an pour évaluer l'exécution du Plan d'action et déterminer dans quelle mesure Industrie Canada a assumé les obligations qui lui incombent en vertu de l'article 41.

c) Vérification

La Direction générale de la vérification et de l'évaluation examinera le respect des engagements énoncés dans le Plan d'action au moment de faire une vérification fonctionnelle des bureaux régionaux.

d) Évaluation

Plusieurs gestionnaires de programmes tiennent compte, dans leur grille d'évaluation, de l'incidence de leurs programmes sur les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Industrie Canada continuera de demander aux gestionnaires d'inclure cet élément dans leur cadre d'évaluation, s'il y a lieu.

e) Satisfaction de la clientèle

Industrie Canada consultera les communautés de langue officielle en situation minoritaire et les gestionnaires de programmes ministériels afin de déterminer si et dans quelle mesure les clients sont satisfaits du Plan d'action. En 2000-2001, des normes de service seront élaborées en consultation avec les clients afin de déterminer si le Ministère est sur la bonne voie.

f) Intégration de la Partie VII dans les plans d'activités

Industrie Canada intégrera la Partie VII de la *Loi sur les langues officielles* dans son plan d'activités et son cadre de responsabilisation. Les régions et les secteurs seront priés de faire de même.

g) Rapport annuel sur les réalisations

Industrie Canada établira un rapport annuel sur ses réalisations et le transmettra à Patrimoine canadien qui le déposera à la Chambre des communes. Seront décrits dans ce document les activités menées par le Ministère, la nature de ses rapports avec les communautés de langue officielle en situation minoritaire et les résultats obtenus.

9. Ressources, financières et autres, affectées à la réalisation du Plan d'action

Dans le présent Plan d'action, il est entendu que les ressources nécessaires à la mise en œuvre des programmes, des services et des activités faisant l'objet d'une description détaillée aux Parties I et II proviendront des budgets existants.

Partie I : Plan d'action national

Objectif stratégique 1: Innovation

Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

Principaux résultats de l'objectif stratégique 1

- Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant.
- Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités.
- Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	• Aucun des programmes, activités ou services mentionnés en rapport avec l'objectif stratégique de l'innovation ne vise expressément les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Celles-ci peuvent toutefois prendre part à n'importe quel programme d'Industrie Canada, comme Partenariat technologique Canada ou TechSource de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada. Les communautés de langue officielle en situation minoritaire peuvent également participer aux programmes nationaux expressément conçus pour répondre à des besoins semblables aux leurs, notamment le développement rural, le tourisme ou l'intégration des jeunes au développement économique.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
2. Développement rural	**Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC)** • Les SADC aident les Canadiens des régions rurales et des petites villes à développer l'économie locale et à la diversifier et elles offrent entre autres aux entreprises, nouvelles ou déjà établies, du financement et des services de planification d'entreprise. Les SADC sont administrées par des conseils communautaires et gérées par les agences de développement économique régional, sauf celles de l'Ontario qui sont gérées par FedNor.

Objectif stratégique 2 : Connectivité

Faire du Canada le pays le plus branché du monde

Principaux résultats de l'objectif stratégique 2

- Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible.
- Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique.
- Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne.
- Offrir en ligne aux Canadiens des renseignements et des services fédéraux clés.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Communications** • Un guide Internet destiné aux utilisateurs francophones, contenant des liens avec des sites présentant de l'intérêt pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire, a été créé. On pourra le consulter sur le site Web Un Canada branché. • La page Cas de réussite : Industrie Canada du site ministériel, comporte des liens à des cas où la promotion des services Internet auprès des communautés de langue officielle en situation minoritaire a été couronnée de succès. Pour faire un tour d'horizon de ces cas de réussite, consultez le site : **http://info.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/icpages/Cas-de-reussite**

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Commission canadienne du tourisme (CCT)** • Le site Internet de la CCT, destiné aux entreprises et aux consommateurs, offre de l'information sur des voyages et sur les activités de la CCT. On y trouve en outre des liens avec d'autres sites Web consacrés aux voyages et au tourisme. Les communautés de langue officielle en situation minoritaire qui ont créé des sites Web pour promouvoir des produits touristiques sont invitées à en aviser la CCT, qui diffusera l'information gratuitement sur le site réservé aux entreprises et le fera contre rétribution sur celui qui est réservé aux consommateurs.
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir	**Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC)** • Les partenaires qui garantissent l'accès régional tiennent compte, dans le réseau, des intermédiaires offrant des services aux entreprises dans la langue de la minorité et ils les soutiennent, lorsqu'il y a de la demande et de l'intérêt. • Des activités promotionnelles sont orientées vers les communautés de langue officielle en situation minoritaire (p. ex., prise de contact avec les communautés, promotion des services des CSEC, participation à des foires commerciales et à des séminaires). • Les communautés de langue officielle en situation minoritaire sont prises en considération lors des consultations et des évaluations et elles sont invitées à participer aux conseils consultatifs des entreprises, où il y en a. • L'information bilingue fournie aux entreprises est améliorée grâce à de nouveaux produits nationaux et des CSEC (par exemple, Info-Guide - Commerce électronique et Plan d'affaires interactif, tous deux élaborés au cours de l'année financière 1999-2000).

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir (suite)	**VolNet** • Trente organismes d'exécution de VolNet sont en voie d'être établis à l'échelle du pays afin d'aider les organismes bénévoles à se brancher à Internet, notamment en leur fournissant du matériel informatique, des services de soutien du réseau et d'apprentissage. Au plus tard le 31 mars 2001, 10 000 organismes bénévoles auront été branchés à Internet. À cet égard, les communautés de langue officielle en situation minoritaire viennent en tête des priorités. • La tâche de soutenir les organismes bénévoles francophones hors Québec a été confiée à une agence nationale francophone et à deux agences provinciales francophones hors Québec. • Le fournisseur de matériel informatique désigné offre des services bilingues d'un bout à l'autre du Canada. • Des ateliers seront organisés dans la langue des organismes de langue officielle en situation minoritaire. **Programme des Collections numérisées** • Ce programme, qui accorde une attention particulière aux communautés de langue officielle en situation minoritaire, continuera à financer chaque année environ dix projets de numérisation dans ces communautés. Ces projets permettront de montrer dans Internet la diversité culturelle et linguistique de ces collectivités. Pour obtenir des renseignements supplémentaires au sujet du programme et de ses projets, il suffit de visiter le site Web.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir (suite)	**Francommunautés virtuelles** • Ce programme vise à renforcer le dynamisme des collectivités francophones et acadiennes du Canada. Le projet pilote de trois ans est conçu pour aider les collectivités francophones et acadiennes à se relier électroniquement entre elles, avec le reste du Canada et du monde, par le truchement d'Internet, et à mettre au point de nouvelles applications, de nouveaux services et un nouveau contenu en direct et en français. Jusqu'à la fin de l'année financière 2000-2001, le programme financera annuellement quelque 20 à 30 projets provenant de toutes les régions du pays. Une évaluation, à l'issue de laquelle Industrie Canada décidera si le programme doit être renouvelé ou élargi, sera menée à l'automne 2000. On trouvera des renseignements à cet égard dans le site Web du programme. **Secteur de l'industrie** • Les communautés de langue officielle en situation minoritaire pourront participer à des expositions, des conférences et des ateliers de sensibilisation. ***Strategis*** • *Strategis* est la plus importante source d'informations d'affaires en ligne du Canada. • Les séances d'information et la formation sont offertes dans les deux langues officielles.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir (suite)	**Programme des ordinateurs pour les écoles** • Quelque 250 000 ordinateurs seront livrés à des écoles et à des bibliothèques d'un peu partout au pays d'ici le 31 mars 2001. Pour obtenir des renseignements sur le programme, il suffit de téléphoner ou de consulter le site Web. • Les responsables du programme tiendront compte de la participation des écoles des communautés de langue officielle en situation minoritaire. • Industrie Canada et Travaux publics et Services gouvernementaux Canada ont convenu de remettre des ordinateurs excédentaires à des organismes bénévoles de communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir (suite)	**Programme d'accès communautaire (PAC) (régions urbaines)** • En plus de fournir aux habitants de 88 collectivités urbaines de plus de 50 000 habitants l'accès au réseau Internet à un prix abordable, ce programme propose de nouvelles façons de communiquer, d'apprendre et de faire des affaires dans l'économie du savoir d'aujourd'hui. • Des ententes sont en voie d'être conclues avec les conseils scolaires et les dirigeants des bibliothèques provinciales ou les conseils des bibliothèques pour la création de 3 200 centres. Mille centres gérés par des organismes communautaires seront sélectionnés par concours. • Le PAC déploie des efforts particuliers pour sensibiliser les communautés de langue officielle en situation minoritaire à l'importance et à la valeur de ce programme eu égard à la réalisation des objectifs communautaires. On donne dans certains centres géographiques une série d'ateliers bilingues dont l'objet est d'inciter les communautés de langue officielle en situation minoritaire à présenter des demandes et de faire ressortir l'importance d'établir des réseaux. Des membres des collectivités ciblées participent à l'évaluation des propositions et aux recommandations sur le financement.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
3. Développement rural	**Programme d'accès communautaire (PAC) (régions rurales)** • Afin de faciliter l'accès des collectivités rurales à l'autoroute de l'information, le PAC finance la création de liens Internet dans des écoles, des bibliothèques communautaires ou dans d'autres endroits accessibles aux citoyens. Le PAC prévoit qu'il aura ainsi aidé 5 000 collectivités rurales à se brancher au réseau Internet d'ici l'an 2001. • Le PAC déploie des efforts particuliers pour sensibiliser les communautés de langue officielle en situation minoritaire à l'importance du programme. Tous les comités de sélection provinciaux comptent parmi leurs membres des représentants de ces collectivités et le service qui leur est offert est l'un des critères du cadre d'évaluation du programme. • Des renseignements sur le programme de même qu'un guide d'élaboration des propositions se trouvent dans le site Web du PAC.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
4. Intégration des jeunes au développement économique	**Rescol** • Afin de faciliter le branchement des écoles primaires et secondaires canadiennes, y compris celles des communautés de langue officielle en situation minoritaire, 250 000 classes seront reliées au réseau Internet d'ici l'an 2001. • Grâce au programme Rescol à la source, 20 000 projets d'apprentissage en direct seront mis au point d'ici le 31 mars 2001, dont 20 p. 100 proviendront de communautés de langue officielle en situation minoritaire. **Programme Étudiants bien branchés (EBB)** • Le EBB offre aux gens d'affaires une formation technique sur place à peu de frais et propose aux personnes âgées la possibilité de s'inscrire à un cours spécial sur l'utilisation du réseau Internet. • Grâce à ses 15 centres d'administration, dont 2 centres francophones hors Québec et 1 centre anglophone au Québec, le programme veille à ce que des services de promotion et de formation, ainsi que la documentation connexe, soient offerts dans les deux langues officielles d'un bout à l'autre du pays. **Programme des Collections numérisées** • Dans le cadre de ce programme, des jeunes (de 15 à 30 ans) sont embauchés à contrat pour créer des sites Web, ce qui leur permet de perfectionner et de mettre en pratique leurs compétences en matière de nouvelles technologies de l'information. Environ 10 p. 100 des projets sont créés par des jeunes appartenant à des communautés de langue officielle en situation minoritaire, qui représentent environ 10 p. 100 des jeunes embauchés dans le cadre de ce programme.

Objectif stratégique 3 : Marché

Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

Principaux résultats de l'objectif stratégique 3

- Établir des structures de marché équitables, efficaces, concurrentielles et de calibre mondial pour les entreprises, les consommateurs et les investisseurs.
- S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres.
- Renforcer la confiance dans le marché.
- Obtenir un avantage concurrentiel en offrant des services de pointe.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Bureau de la concurrence** • Des exposés seront présentés à l'échelle du pays dans l'une ou l'autre langue officielle, selon la demande des clients, sur la *Loi sur la concurrence* et les programmes de consommation. Les membres de l'auditoire seront invités à s'exprimer dans la langue de leur choix. **Bureau du surintendant des faillites** • Des exposés seront présentés à l'échelle du pays dans l'une ou l'autre langue officielle, selon la demande des clients, sur les faillites et l'insolvabilité. Les membres de l'auditoire seront invités à s'exprimer dans la langue de leur choix.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Bureau de la consommation** • Le lancement de la Passerelle d'information pour le consommateur canadien sera souligné par des communiqués de presse et des trousses d'information axés sur les principaux groupes ou associations de langue officielle en situation minoritaire. • On prévoit établir, pour le Carrefour des consommateurs et la Passerelle d'information pour le consommateur canadien, des liens à d'autres sites francophones. **Mesures Canada** • Des brochures sur Mesures Canada et ses services seront distribuées à des groupes ou associations de langue officielle en situation minoritaire. **Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)** • Plusieurs séminaires sur la propriété intellectuelle et les sources d'information mises à la disposition des personnes intéressées seront offerts dans la langue des communautés de langue officielle en situation minoritaire, à l'échelle du Canada.

Objectif stratégique 4 : Investissement

Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

Principaux résultats de l'objectif stratégique 4

- Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger.
- Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement.
- Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en conservant leurs investissements actuels.
- Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	• Aucun des programmes, des activités ou des services découlant de l'objectif stratégique portant sur l'investissement ne vise expressément les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Celles-ci peuvent néanmoins participer à n'importe quel programme national d'Industrie Canada, comme Partenaires pour l'investissement au Canada. Les communautés de langue officielle en situation minoritaire peuvent également participer aux programmes nationaux, catégorie dont font partie les Sociétés d'aide au développement des collectivités et les Centres de services aux entreprises du Canada, lesquels ont été expressément conçus pour répondre à des besoins semblables aux leurs, notamment le développement rural, le tourisme ou l'intégration des jeunes au développement économique.

Objectif stratégique 5 : Commerce

Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

Principaux résultats de l'objectif stratégique 5

- Maintenir et améliorer l'accès aux marchés.
- Stimuler de façon plus coordonnée et concertée l'expansion du commerce international.
- Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs.
- Développer les marchés étrangers.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Équipe Canada inc (ECI)** • ECI est une agence de promotion du commerce virtuel qui regroupe 23 ministères ou organismes fédéraux. ECI n'a élaboré aucun programme ou service expressément axé sur les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Néanmoins, elle encourage celles-ci à tirer parti de n'importe quel outil ou service commercial offert à l'échelle nationale par les partenaires de l'équipe pour fournir de l'information et des services aux entreprises canadiennes. Parmi ceux-ci, mentionnons le site Web ExportSource, service sans frais d'information sur l'exportation, et la série d'ateliers Destination : marchés internationaux. La Direction de l'intégration du commerce collaborera avec ECI à l'envoi postal d'information destinée à des organismes nationaux intéressés au commerce, qui vise à encourager les communautés de langue officielle en situation minoritaire ayant mis sur pied des entreprises à tirer profit des programmes et des services d'ECI.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Commission canadienne du tourisme (CCT)** • Pour favoriser et promouvoir davantage les communautés culturelles francophones du Canada, la CCT continuera à subventionner l'élaboration de produits touristiques destinés aux communautés de langue officielle en situation minoritaire par le truchement des partenariats associés au Club de produits Héritage. Parmi les nombreuses activités du Club, mentionnons l'élaboration d'une carte des sites du patrimoine francophone dans l'Ouest du Canada. L'an prochain, le Club axera ses efforts à élaborer des voyages tout compris axés sur la culture française et sur l'apprentissage du français, à tirer parti de la capacité immédiate d'exporter les produits du tourisme existants et à mettre en application une nouvelle stratégie de commercialisation. Il prévoit en outre mener des consultations auprès des PME canadiennes-françaises de l'Ouest et du Nord du pays et leur offrir, outre de la formation et de solides services de communication, des services touristiques à valeur ajoutée.

Objectif ministériel

Principaux résultats de l'objectif ministériel

- Meilleure connaissance, au sein d'Industrie Canada, des engagements ministériels découlant de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles* et des protocoles d'entente national et provinciaux signés avec les représentants des francophones hors Québec.
- Meilleure connaissance des activités d'Industrie Canada et plus grande participation, et utilisation accrue des programmes et services de la part des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Meilleure compréhension des responsabilités découlant de l'article 41	**Cadre d'évaluation** • Grâce au cadre d'évaluation élaboré et aux indicateurs pertinents, Industrie Canada pourra mieux évaluer dans quelle mesure il satisfait aux obligations découlant de l'article 41 et des protocoles d'entente signés avec les représentants des francophones hors Québec. **Évaluation** • Une évaluation sera menée au cours de l'année financière 2000-2001.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
1. Meilleure compréhension des responsabilités découlant de l'article 41 (suite)	**Tables sectorielles** • La formation de tables sectorielles, composées de représentants des communautés francophones en situation minoritaire et d'organismes fédéraux, coordonnées par le Comité national de développement des ressources humaines de la francophonie canadienne, donnera à Industrie Canada l'occasion de mieux comprendre les besoins et les priorités des groupes minoritaires de langue française. Industrie Canada fait partie des groupes travaillant dans les secteurs suivants : économie fondée sur le savoir, tourisme et intégration des jeunes au développement économique. Le comité s'appuiera sur les recommandations de ces groupes de travail pour élaborer son plan d'action national. **Le français sur Internet** • Des lignes directrices et des principes visant à accroître le contenu français des sites Web d'Industrie Canada et à en améliorer la qualité linguistique seront élaborés. **Campagne de sensibilisation** • Élaboration d'une campagne visant à sensibiliser les employés aux responsabilités qui leur incombent en vertu de l'article 41 et des protocoles d'entente national et provinciaux de même qu'aux besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire. **Création d'un nouveau processus** • Un nouveau processus sera mis en place pour garantir que les communautés de langue officielle en situation minoritaire sont prises en considération aux étapes de l'élaboration, de la prestation ou du transfert des programmes et des services, et à celle de la préparation des présentations au Conseil du Trésor et des mémoires au Cabinet.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada (les personnes-ressources et les sites Web figurent en annexe)
2. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Appui au « champion des langues officielles »** • Donner au « champion des langues officielles » d'Industrie Canada l'occasion de rencontrer des représentants des groupes et des organismes de langue officielle en situation minoritaire et de faire des présentations à divers organismes et comités ministériels. • Participer activement au réseau de « champions » ministériels établi par le Conseil du Trésor.

Partie II : Plans d'action régionaux

Objectif stratégique 1 : Innovation

Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

Principaux résultats de l'objectif stratégique 1

- Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant.
- Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités.
- Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Toutes les régions** • Promouvoir, grâce à des présentations, le programme d'innovation d'Industrie Canada. • Inviter des communautés de langue officielle en situation minoritaire à participer aux activités organisées par Industrie Canada. **Région de l'Atlantique** • Organiser une conférence sur l'innovation en collaboration avec le Conseil économique du Nouveau-Brunswick. Toutes les provinces de l'Atlantique seront conviées à cette conférence qui aura lieu à Bathurst en mai 2000. **FedNor** • Collaborer avec les centres de technologie à l'élaboration d'activités bilingues axées sur l'innovation. • Établir des relations de coopération avec les responsables du Programme d'aide à la recherche industrielle (MIRARCo/NORCAT/NOTC) et d'autres programmes afin de promouvoir la diffusion de la technologie.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Prairies et région du Nord** • Veiller à ce que l'on tienne compte des besoins des organismes francophones qui, dans ces régions, s'occupent du développement économique lors de l'élaboration de la stratégie régionale sur l'innovation avec le Fonds de développement de l'Ouest canadien et le Programme d'aide à la recherche industrielle du Conseil national de recherches du Canada. • Collaborer avec d'autres ministères fédéraux à une étude pilote sur les obstacles à l'adoption de l'innovation.
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir	**FedNor** • Travailler en partenariat avec des entreprises ou d'autres organismes à l'examen des idées proposées par des entrepreneurs du Nord de l'Ontario et favoriser l'essor de leurs entreprises. • Promouvoir la connectivité pour garantir l'accès et la participation à l'économie fondée sur le savoir.

Objectif stratégique 2 : Connectivité

Faire du Canada le pays le plus branché du monde

Principaux résultats de l'objectif stratégique 2

- Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible.
- Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique.
- Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne.
- Offrir en ligne aux Canadiens des renseignements et des services fédéraux clés.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Toutes les régions** • Sensibiliser les clients, tant les entreprises que les consommateurs, appartenant à une communauté de langue officielle en situation minoritaire au service d'information électronique et promouvoir l'utilisation de ce service.
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir	**Toutes les régions** • Offrir des séances d'information sur les programmes d'Industrie Canada, notamment le Programme des didacticiels multimédias, Francommunautés virtuelles, VolNet et le Programme d'accès communautaire pour les régions urbaines ou rurales, en vue de garantir que les membres des communautés de langue officielle en situation minoritaire auront accès à l'information et aux outils facilitant l'adoption de la technologie de l'information. • Faire la promotion des programmes de la Direction générale des applications de l'autoroute de l'information, de même que du commerce électronique auprès des communautés de langue officielle en situation minoritaire.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir (suite)	**Région de l'Atlantique** • Continuer d'appuyer l'expansion de la Télécommunauté acadienne et francophone de l'Atlantique. • Participer à la conférence sur le commerce électronique, à laquelle assisteront des représentants des provinces de l'Atlantique, qui aura lieu à Edmundston en août 2000. • À l'heure actuelle, la région de l'Atlantique est représentée au sein d'un comité sur le commerce électronique, tout comme le Conseil économique du Nouveau-Brunswick. **Québec** • Promouvoir le projet MONDEX dans la région de Sherbrooke. **Ontario/FedNor** • Trouver des occasions de créer des centres d'accès communautaire (régions urbaines) dans des bureaux d'associations francophones ou des centres communautaires situés dans les principaux centres urbains de l'Ontario. • Grâce à des conférences et des foires d'information pour la petite entreprise, aider les gens d'affaires francophones à tirer parti des débouchés, des capacités et des connaissances que procure l'autoroute de l'information. **Ontario** • En collaboration avec des conseils scolaires francophones nouvellement reconnus, augmenter le nombre d'ordinateurs dans les écoles et les bibliothèques publiques. • Par le truchement de présentations, sensibiliser les gens d'affaires francophones au commerce électronique.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir (suite)	**FedNor** • Donner des ateliers communautaires et soutenir les groupes de travail sur les télécommunications infrarégionales afin d'accroître l'accès à l'autoroute de l'information et de répandre son utilisation. • Poursuivre la collaboration avec les partenaires et les municipalités en vue de promouvoir des conférences sur le commerce électronique dans le Nord de l'Ontario. • Inciter les fournisseurs de services à promouvoir et à favoriser l'établissement, dans le Nord de l'Ontario, d'une infrastructure des télécommunications permettant la participation à l'économie mondiale, et collaborer à cette tâche. • Élaborer un réseau électronique reliant toutes les Sociétés d'aide au développement des collectivités par le truchement d'un babillard électronique qui aidera les francophones à accéder à l'information. • Collaborer avec les Associations canadiennes-françaises de l'Ontario du Nord de l'Ontario à l'élaboration d'un site Web et à l'établissement d'un réseau afin d'accroître l'accès en direct. **Prairies et région du Nord** • Participer à des entrevues avec des médias francophones pour faire connaître les programmes d'application, anciens ou nouveaux, de l'autoroute de l'information. • Promouvoir les avantages du commerce électronique auprès des organismes francophones qui s'occupent du développement économique dans ces régions.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
2. Soutenir et accroître la participation à l'économie du savoir (suite)	**Région du Pacifique** • Offrir un atelier d'une demi-journée sur le commerce électronique, en collaboration avec la Chambre de commerce francophone et la Société de développement économique. • Diffuser des capsules sur le commerce électronique et un glossaire des termes s'y rapportant dans divers périodiques francophones régionaux, sur le site de la Chambre de commerce francophone et sur les sites Internet d'autres associations. • Faire traduire un didacticiel inter-entreprises et participer à sa promotion en collaboration avec les associations régionales francophones.
3. Intégration des jeunes au développement économique	**Prairies et région du Nord** • Faire en sorte que les établissements postsecondaires aient accès à des renseignements opportuns et pertinents et qu'ils tirent profit de programmes comme Cyberjeunes, ConnectAction et Étudiants bien branchés. **Région du Pacifique** • De concert avec les associations francophones, organiser un concours commercial s'adressant aux jeunes entrepreneurs. À cet égard, Industrie Canada s'occupera de l'hébergement sur le Web, de la production de matériel promotionnel et de la remise des récompenses.

Objectif stratégique 3 : Marché

Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

Principaux résultats de l'objectif stratégique 3

- Établir des structures de marché équitables, efficaces, concurrentielles et de calibre mondial pour les entreprises, les consommateurs et les investisseurs.
- S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres.
- Renforcer la confiance dans le marché.
- Obtenir un avantage concurrentiel en offrant des services de pointe.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Toutes les régions** • Élaborer des activités pour que les gens d'affaires appartenant aux communautés de langue officielle en situation minoritaire soient davantage conscients de leurs obligations de se conformer aux lois et règlements axés sur les services aux marchés et du rôle du Bureau de la concurrence. • Promouvoir l'utilité des services aux marchés en tant qu'éléments clés de la satisfaction des consommateurs et des entreprises. **Ontario** • Faire connaître les produits et les services offerts sur le site Web du Bureau de la concurrence en donnant de brèves présentations à des conférences et à des foires d'information et à des foires commerciales pour la petite entreprise. • Fournir des renseignements pour les communiqués de presse diffusés pour faire connaître le rôle du Bureau de la concurrence.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**FedNor** • Mettre à jour la base de données économiques du Nord de l'Ontario afin d'élargir l'accès aux données et aux tendances actuelles dans l'économie de la région et pour inciter les clients francophones à l'utiliser. • Soutenir les cours de formation offerts par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour venir en aide aux entreprises francophones qui veulent vendre des produits ou des services au gouvernement. • Accroître la capacité des Sociétés d'aide au développement des collectivités d'offrir des services aux intervenants francophones. **Prairies et région du Nord** • Veiller à ce que la communauté francophone soit considérée comme un groupe client régional. **Région du Pacifique** • Brosser le portrait économique de la région et le faire connaître à des groupes de gens d'affaires francophones.

Objectif stratégique 4 : Investissement

Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

Principaux résultats de l'objectif stratégique 4

- Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger.
- Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement.
- Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en conservant leurs investissements actuels.
- Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Toutes les régions** • Soutenir les activités par le truchement de réseaux commerciaux régionaux permettant aux communautés de langue officielle en situation minoritaire de se renseigner sur les possibilités d'investissement et de promouvoir leur culture et leur potentiel de développement économique. **Région de l'Atlantique** • Promouvoir les efforts des PME francophones en vue de nouer des alliances stratégiques à l'échelle internationale. • Soutenir les clients francophones des collectivités autochtones qui cherchent à attirer des investisseurs. **Québec** • Promouvoir les efforts des PME anglophones en vue de nouer des alliances stratégiques à l'échelle internationale.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Ontario** • Par le truchement du nouveau programme d'infrastructure et d'autres programmes particuliers, veiller à ce que les collectivités francophones soient mises au courant des possibilités d'investissement. • En collaboration avec le Comité d'initiative régionale de l'Ontario, assurer le suivi des recommandations de l'*Étude sur les services offerts par Industrie Canada aux entreprises francophones du Sud de l'Ontario*, notamment le Programme d'accès communautaire, les Sociétés d'aide au développement des collectivités et les sites des Centres de services aux entreprises Canada-Ontario. • Faire connaître les programmes et les services en matière d'investissement qu'Industrie Canada offre aux PME francophones par le truchement de conférences et de foires d'information destinées à la petite entreprise francophone, de bulletins périodiques et d'articles publiés dans des revues d'affaires francophones, telles que *Le Lien économique*. • Poursuivre le partenariat avec la Chambre économique de l'Ontario et examiner d'autres possibilités de partenariat qui permettraient de mener des activités conjointes avec les gens d'affaires francophones de l'Ontario. **FedNor** • Suivre de près l'Initiative de planification de l'entreprise et l'entente conclue avec le Mouvement des caisses populaires de l'Ontario dans le Nord ontarien et favoriser l'accès équitable des francophones. **Prairies et région du Nord** • Faire en sorte d'attirer l'attention d'éventuels investisseurs ou partenaires sur la stabilité des collectivités et des entreprises francophones.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Région du Pacifique** • De concert avec les Centres de services aux entreprises du Canada, renseigner la Société de développement économique sur la nouvelle *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada* grâce à des séances d'information, une interview à la radio et des articles de journaux.
2. Développement rural	**FedNor** • En collaboration avec les Sociétés d'aide au développement des collectivités (SADC), élaborer des programmes qui répondent aux besoins spéciaux des francophones eu égard à l'accès au capital. • Former un comité SADC pour garantir la prestation des services aux francophones.
3. Développement de l'industrie touristique	**FedNor** • Mettre en place et promouvoir le Fonds d'aide aux projets touristiques, le Fonds d'aide aux organismes sans but lucratif et le Fonds du patrimoine du Nord de l'Ontario, de sorte que le tourisme prenne de l'ampleur dans les collectivités francophones.
2. Intégration des jeunes au développement économique	**FedNor** • Continuer à offrir en permanence le programme Jeunes stagiaires Canada afin de permettre à des jeunes du Nord de l'Ontario d'acquérir une expérience de travail dans le domaine du développement économique des collectivités.

Objectif stratégique 5 : Commerce

Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

Principaux résultats de l'objectif stratégique 5

- Maintenir et améliorer l'accès aux marchés.
- Stimuler de façon plus coordonnée et concertée l'expansion du commerce international.
- Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs.
- Développer les marchés étrangers.

Engagements découlant de l'article 41

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada	**Toutes les régions** • Tenir compte des intérêts des communautés de langue officielle en situation minoritaire dans le cadre de l'élaboration d'une politique commerciale. • Faire valoir l'importance du commerce auprès des gens d'affaires appartenant à des communautés de langue officielle en situation minoritaire et de leurs associations, notamment par le truchement d'Équipe Canada inc, de présentations et d'ateliers. • Aider les clients appartenant à des communautés de langue officielle en situation minoritaire à éventuellement exporter leurs produits ou services et à élargir leurs marchés en participant à des missions ou à des foires commerciales.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Ontario** • En collaboration avec la Chambre économique de l'Ontario, organiser des activités conjointes en vue de fournir aux entreprises francophones des services commerciaux et des services d'exportation. • Représenter la région de l'Ontario au sein du Comité paritaire formé de porte-parole des principaux organismes francophones et des organismes fédéraux et provinciaux. • Par le truchement de foires d'information, de séminaires et de missions commerciales, soutenir l'acquisition, par des entreprises francophones, des compétences nécessaires à l'exportation et à la participation accrue aux activités d'exportation. **FedNor** • Mettre à jour la base de données économiques du Nord de l'Ontario afin que les clients francophones puissent avoir accès à l'information sur les marchés. • Offrir aux clients francophones des services de counselling en matière d'exportation. • Promouvoir l'utilisation des données commerciales diffusées sur le site Web de FedNor. • Se servir du programme NEXPRO pour mieux préparer les clients francophones à l'exportation. • Amener des sociétés francophones à faire partie des missions commerciales d'Équipe Canada. • Promouvoir l'inscription des clients francophones au réseau WIN Export. **Prairies et région du Nord** • Inciter les francophones à s'inscrire au réseau WIN Export. • Collaborer avec Diversification de l'économie de l'Ouest Canada à l'élaboration d'un profil des sociétés francophones ayant la capacité d'exporter leurs produits ou services immédiatement.

Besoins et priorités	Activités, programmes et services d'Industrie Canada
1. Connaissance et utilisation accrues des programmes, des activités et des services d'Industrie Canada (suite)	**Région du Pacifique** • Avec le concours du Centre du commerce international (CCI), organiser, à l'intention des membres de la Chambre de commerce francophone et de la Société de développement économique, des séances d'information sur les programmes de soutien du CCI.
2. Intégration des jeunes au développement économique	**Ontario** • De concert avec les collèges francophones, offrir la série d'ateliers Destination : marchés internationaux.

Plan de diffusion

10. Mesures prises par l'organisme pour faire connaître le Plan d'action et le rapport sur les réalisations, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'organisme

Le Plan d'action sera transmis à l'ensemble des organismes nationaux, des organismes provinciaux chargés de la coordination et des organismes fédéraux ayant un mandat économique envers les communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada.

Nous ferons également parvenir un exemplaire au ministre du Patrimoine canadien, au Commissaire aux langues officielles, au Secrétaire du Conseil du Trésor et aux coprésidents du Comité mixte permanent des langues officielles.

De plus, le Plan d'action d'Industrie Canada sera diffusé sur le réseau Internet **(http://info.ic.gc.ca/fpublications)**.

À l'interne, diverses activités de sensibilisation aux besoins des communautés de langue officielle en situation minoritaire seront organisées pour nos employés. Il pourra s'agir d'articles publiés dans le bulletin destiné aux employés, de présentations données par des représentants d'une communauté ou de communications particulières.

La Commission de la fonction publique offre un cours permettant d'acquérir de solides connaissances de base sur la dualité linguistique dans la fonction publique. On incitera les employés d'Industrie Canada responsables de l'administration de programmes à suivre ce cours afin qu'ils comprennent les exigences de la *Loi sur les langues officielles*.

Signature

Jean-Claude Bouchard
Sous-ministre adjoint
Secteur des opérations

le 5 juillet 2000
Date

Commentaires : Que pensez-vous du Plan d'action?

Commentaires généraux

Points forts

Points à améliorer

Suggestions

Veuillez retourner ce formulaire à :

Dominique Veilleux
Gestionnaire
Coordination nationale
Section des opérations
Industrie Canada
235, rue Queen, pièce 806B
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Téléphone : (613) 954-4083 Télécopieur : (613) 954-4074
Courriel : **veilleux.dominique@ic.gc.ca**

Annexe : Liste des programmes, des personnes-ressources et des sites Web

Nota : Les programmes, de même que les autres initiatives d'Industrie Canada, décrits dans le Plan d'action font partie de cette liste.

Nom du programme	Personne-ressource/ téléphone	Site Web
Bureau de la concurrence	Loraine Laflèche (819) 997-5898	**http://competition.ic.gc.ca**
Bureau de la consommation	Jean-Baptiste Renaud (613) 952-1915	**http://strategis.gc.ca/oca**
Bureau du surintendant des faillites	(613) 941-1000	**http://osb-bsf.ic.gc.ca**
CANARIE (Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement)	Enid Harrison (613) 943-5377 Information (613) 943-5454	**http://www.canarie.ca/index_f.html**
Carrefour des consommateurs	Jean-Baptiste Renaud (613) 952-1915	**http://carrefourdesconsommateurs.ic.gc.ca**
Centre de services aux entreprises Canada-Ontario	(416) 954-4636 1 800 567-2345	**http://rcsec.org/ontario**
Collections numérisées du Canada	Guy Parent (613) 952-9639 1 800 465-7766	**http://collections.ic.gc.ca**
Collectivités ingénieuses	1 800 575-9200	**http://collectivitesingenieuses.ic.gc.ca**
Commission canadienne du tourisme	(613) 946-1000	**http://www.canadatourisme.com**
ConnectAction	1 800 575-9200	**http://connectaction.ic.gc.ca**
ConnectAction des générations	1 800 575-9200	**http://connectaction-generations.ic.gc.ca**

Connexion Travail et du RND	1 800 930-9643	**http://www.connexiontravail.com**
Contact!	Diana Brown (613) 941-8195	**http://strategis.gc.ca/contact**
Cyberjeunes Canada International	1 800 605-3526	**http://www.netcorps-cyberjeunes.org**
Direction générale des corporations	Michelle Beaudry (613) 941-7636	**http://strategis.gc.ca/corporations**
Équipe Canada inc	1 888 811-1119	**http://exportsource.gc.ca**
ExportSource	1 888 811-1119	**http://exportsource.gc.ca**
FedNor	Linda Ménard (705) 671-0720 1 877 333-6673	**http://fednor.ic.gc.ca**
Fondation canadienne pour l'innovation	(613) 947-6496	**http://www.innovation.ca**
Francommunautés virtuelles	Hélène Espesset (613) 952-9973	**http://francommunautes.ic.gc.ca**
Le commerce électronique au Canada	André Dubois (613) 953-3452	**http://com-e.ic.gc.ca**
Loi sur le financement des petites entreprises du Canada	(613) 954-5540	**http://strategis.gc.ca/lfpec**
Mesures Canada	Hélène Bradbury (613) 952-6711	**http://mc.ic.gc.ca**
Office de la propriété intellectuelle du Canada	Bill MacDougall (819) 997-2745	**http://cipo.gc.ca**
Ordinateurs pour les écoles	Pierre Gendron (613) 993-2397 1 800 268-6608	**http://www.rescol.ca/cfs-ope**
Partenariat technologique Canada	1 800 266-7531	**http://ptc.ic.gc.ca**

Programme d'accès communautaire (rural)	Michel Carrière (613) 954-3477	**http://pac.ic.gc.ca**
Programme d'accès communautaire (urbain)	Michel Léger (613) 952-0678	**http://pac.ic.gc.ca**
Programme de développement des collectivités pour l'Ontario	Marie Desmarais-Santi 1 877 333-6673	**http://pdc-ont.ic.gc.ca**
Programme des didacticiels multimédias	Yuri Daschko (613) 990-6149	**http://www.rescol.ca/funds**
Programme Étudiants bien branchés	1 888 807-7777	**http://scp-ebb.com**
Rescol à la source	Frédéric Nolin (613) 952-5890	**http://rescol.ca/alasource**
Rescol canadien	Frédéric Nolin (613) 952-5890	**http://rescol.ca**
Réseau de carrière et de recrutement	Janet Caroleo (613) 998-1301	**http://competence.ca**
Réseaux de centres d'excellence	(613) 995-6010	**http://www.rce.gc.ca**
Strategis	1 800 328-6189	**http://strategis.gc.ca**
Un Canada branché		**http://www.connect.gc.ca**
VolNet	Gisèle Proulx (613) 991-3822	**http://www.volnet.org**